



Міністерство освіти і науки України
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Хмельницька облспоживспілка
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
Університет Марії Кюрі-Склодовської (Польща)
Краківський Університет Економіки (Польща)
Економічний університет у Вроцлаві (Польща)
Університет управління безпекою у м. Кошице (Словаччина)
Інститут економіки і менеджменту НУ «Львівська політехніка»
КНЕУ імені Вадима Гетьмана
Львівський торговельно-економічний університет
Вінницький кооперативний інститут
Полтавський університет економіки і торгівлі
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
Луцький національний технічний університет
Рівненський державний гуманітарний університет
ГО «Українська Логістична Асоціація» (Україна)
ГО «Українська асоціація маркетингу» (Україна)

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ І МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН



Хмельницький - 2023



Міністерство освіти і науки України
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Хмельницька облспоживспілка
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
Університет Марії Кюрі-Склодовської (Польща)
Краківський Університет Економіки (Польща)
Економічний університет у Вроцлаві (Польща)
Університет управління безпекою у м. Кошице (Словаччина)
Інститут економіки і менеджменту НУ «Львівська політехніка»
КНЕУ імені Вадима Гетьмана
Львівський торговельно-економічний університет
Вінницький кооперативний інститут
Полтавський університет економіки і торгівлі
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
Луцький національний технічний університет
Рівненський державний гуманітарний університет
ГО «Українська Логістична Асоціація» (Україна)
ГО «Українська асоціація маркетингу» (Україна)

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ І МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН

Тези доповідей
Міжнародної науково-практичної конференції
27–29 квітня 2023 року

Хмельницький

УДК 339.138:005]:330.341.1

I-66

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту,
протокол № 8 від 01.06.2023*

Опубліковано тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін» (27–29 квітня 2023 р., м. Хмельницький).

Розглянуто теоретичні, методологічні та прикладні основи та сформовано рекомендації застосування інноваційних технологій маркетингу і менеджменту на фоні трансформаційних процесів, викликаних пандемією COVID-19, військовою агресією з боку РФ та діджиталізацією. Проаналізовано запровадження цифрових технологій та штучного інтелекту, посилення екологізації суспільства за окремими напрямками, зокрема: інноваційного маркетингу; теорії і практики маркетингу та менеджменту у різних сферах; торгівлі та товарознавчої діяльності; вищої і передвищої освіти тощо.

Матеріали подані в авторській редакції.

Редакційна колегія:

Ковальчук С. В., д-р екон. наук, проф.

I-66 **Інноваційні** технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (27–29 квітня 2023 р., м. Хмельницький). – Хмельницький : ФОП Федченко С.О., 2023. – 210 с.

ISBN 978-617-95101-2-0

Розглянуто застосування маркетингових технологій в еконо-міці та бізнесі на фоні трансформаційних процесів, породжених пандемією COVID-19. Проаналізовані напрями інноваційного маркетингу у різних сферах; практику торгівлі та товарознавчої діяльності; запровадження цифрових технологій; посилення екологізації суспільства.

Для фахівців з маркетингу, інноваційного менеджменту, комерційної і підприємницької діяльності, викладачів, аспірантів та студентів економічних спеціальностей ЗВО.

УДК 339.138:005]:330.341.1

© Автори доповідей, 2023

Василь МАКСИМЧУК

*аспірант,
здобувач PhD за спеціальністю 075 «Маркетинг»*

Марія ДИХА

*д. е. н., професор,
професор кафедри економіки, аналітики, моделювання
та інформаційних технологій в бізнесі,
Хмельницький національний університет*

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A MARKETING TOOL

Штучний інтелект трансформує усі галузі та сфери життєдіяльності. Виділяючи слабкий та сильний види штучного інтелекту зазначимо, що слабкий давно створений, його давно використовують у різній мірі різними галузями, у маркетинговій діяльності зокрема. Слабкий вид штучного інтелекту вирішує обмежене коло завдань, до прикладу, вміє обробляти фотографії, розмовляти з користувачем. Попри обмеженість виконуваних завдань, слабкий штучний інтелект виконує їх швидше і краще за людину.

Слабкий штучний інтелект вдосконалюється, може якісніше виконувати визначені завдання, проте, він все таки не буде здійснювати інші завдання, адже не навчається принципово новому виду діяльності. Ступінь використання штучного інтелекту з кожним роком зростає.

Сильний штучний інтелект є питанням майбутнього, адже він здатний приймати самостійні рішення у процесі виконання нових завдань (не вивчених чи запрограмованих раніше ситуаціях).

Штучний інтелект як інструмент маркетингової діяльності дає можливість суттєво знижувати витрати та підвищувати ефективність суб'єктів бізнесу. Зокрема, впровадження чат-бота з штучним інтелектом замінює штат операторів, що обумовлює зменшення витрат за рахунок скорочення робочих місць; із вивченням, обробкою великих обсягів інформації, персоналізацією контенту штучний інтелект впорається швидше і точніше, ніж людина, тобто ефективність виконання завдань штучним інтелектом є вищою у порівнянні з можливостями їх виконання людиною.

Штучний інтелект пише новини та картки товарів; використання штучного інтелекту обумовлює скорочення витрат на виробництво контенту. Штучний інтелект здатний писати тексти на основі баз

даних визначеної/заданої тематики чи на основі аналізу схожих матеріалів. Також штучний інтелект може пропонувати теми для копірайтерів, готувати звіти, писати чернетки тексту.

Є багато прикладів використання роботів (систем штучного інтелекту) компаніями, фірмами тощо. До прикладу, The Washington Post з 2016 р. використовує робота Heliograf (напівавтоматична система), що допомагає швидше збирати новини. Видання використовувало систему для швидкого висвітлення Олімпійських ігор, адже штучний інтелект одразу після спортивних подій наповнював заготовлені журналістами шаблони. Пізніше штучний інтелект (Heliograf) почали використовувати для будь-яких шаблонних новин і навіть для аналітичних статей (бот підставляв у шаблони дані, фрази та видавав готовий текст менш ніж за півхвилини). Також серед прикладів використання штучного інтелекту – заміна штучним інтелектом копірайтерів у Alibaba Group. Розроблений штучний інтелект (програма) може писати 20 тисяч рядків тексту за секунду [1].

Отже, станом на сьогодні штучний інтелект використовують у різних спектрах реалізації маркетингової діяльності. Проте, доцільно зразу ж звернути увагу на проблемах зайнятості, які доцільно обговорювати та вирішувати паралельно із питаннями розвитку штучного інтелекту.

У статті [2] узагальнено наукові погляди щодо визначення ринку праці в ретроспективі та на сучасному етапі; обґрунтовано розуміння категорії «ринок праці» та значимість ефективного функціонування ринку праці у забезпеченні соціально-економічного розвитку національної економіки. Ринок праці уже трансформується у контексті сучасних реалій. До прикладу, відносно недавно з'явився формат роботи: гнучкі робочі графіки, віддалений формат роботи тощо.

Доцільно звернути увагу, що штучний інтелект є результатом інтелектуального людського капіталу поєднаного із вкладеними інвестиційними ресурсами тощо.

У публікації [3] надано визначення інтелектуального капіталу «узагальненому вигляді – це капітал у формі людського інтелекту (в т. ч. штучного інтелекту, породженого людським інтелектом, хоча й вже здатного на сьогодні до елементів свідомості) як ресурсу та інтелектуальних продуктів різного характеру (в т. ч. інтелектуальної власності, штучного інтелекту як продукту інтелектуальної праці)», а та-кож акцентовано увагу на штучному інтелекті, адже останній стає рушійною силою технічного прогресу в усе більш цифровому світі. Також у публікації [3] звернуто увагу на імовірну проблему май-бутнього – некерованість штучного інтелекту, який може призвести як мінімум до

техніко-технологічних збоїв у різних процесах, де такі системи будуть застосовуватися, а також на відкритість питання щодо інтегрованості / неінтегрованості роботи штучного інтелекту в системі культурних цінностей.

На сьогодні Україна відстоює свою свободу та незалежність, виборює права та свободи громадян усього цивілізованого світу. Відбуваються трансформації у різних сферах та свідомості людей в усьому світі, що детальніше описано у публікаціях [4; 5]. У цілому відзначимо, що Україна повинна активізувати усі зусилля щодо за-безпечення інноваційного розвитку у т. ч. шляхом використання штучного інтелекту.

Список використаних джерел

1. Штучний інтелект в маркетингу: де його використовують та як впровадити його вже завтра. Інтернет-маркетинг. URL: <https://about/marketing.info/internet-marketynh/shtuchnyy-intelekt-v-marketynhu-de-yoho-vykorystovuyut-ta-yak-vprovadyty-yoho-vzhe-zavtra/>
2. Диха М. В., Диха В. В. Ринок праці: еволюційно-ретроспективний аспект наукових поглядів та сучасний контекст. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 2. С. 43–47. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2019-268-2-43-47>; <http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/7982>
3. Диха М. В. Інтелектуальний капітал у системі забезпечення інноваційного розвитку країни. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 6. С. 45–49. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2019-276-6-45-49>; <http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/8725>
4. Диха М. В. Інноваційний розвиток України: стан та боротьба за перспективи. *Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку* : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (19–20 травня 2022 р.). Одеса: Державний університет «Одеська політехніка». 2022. С. 33–35. URL: <http://elar.khmnmu.edu.ua/jspui/handle/123456789/12193>
5. Диха М. В. Світоцивілізаційні зміни є необхідними і неминучими. *Інтелектуальна власність як складова системи забезпечення національної безпеки* : ел. зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. (24 березня 2022 р.). «Інтерн-міст КИЇВ – ДНІПРО», Управління проектами Ефективне використання результатів наукових досліджень та об'єктів інтелектуальної власності. Київ: НДІВ НАПрН України, 2022. С. 61–65. URL: <http://elar.khmnmu.edu.ua/jspui/handle/123456789/12200>